

ABSTRAK

Hamтана, Sudi, 2013. SKRIPSI. Judul “Analisis Pengaruh Tataletak Pameran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop di Dieng Computer Square Malang”

Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST., MM.

Kata kunci : Analisis Pengaruh Tataletak Pameran, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Analisis Pengaruh Tataletak Pameran dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian menjelaskan bahwa setiap stand pameran memiliki strategi penataletakan yang selalu berkaitan erat dengan strategi penjualan, sehingga kemudian dapat diharapkan bahwasanya dengan tataletak pameran dan kualitas pelayanan tersebut nantinya produsen akan mampu menarik perhatian dan minat dari calon konsumen yang pada akhirnya terhenti pada keputusan pembelian. Strategi tataletak dan kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat penting sehingga tidak jarang para pakar pemasar menyatakan hal tersebut diatas merupakan ujung tombak bahkan urat nadi dari setiap perusahaan. Karena bagaimanapun tidak bahwa dengan penataletakan yang baik dan menarik bahkan yang terkesan unik akan mampu menarik perhatian calon konsumen untuk melihat dan memasuki stand pameran. Namun, semenarik apapun itu jika tidak disandingkan dengan kualitas pelayanan yang baik serta memuaskan bagi calon konsumen maka harapan awal untuk dapat dilihat serta dikunjungi akan minim. Karenanya disetiap pameran yang dikemas secara unik dan menarik selalu diimbangi dengan kualitas pelayanan yang maksimal pula.

Penelitian ini bersifat kualitatif-kuantitatif dengan pendekatan inferensial dalam hal ini peneliti melakukan pengujian terhadap hipotesis yang dibangun berdasarkan kajian teori, kemudian melakukan pengumpulan data dilapangan dengan cara menyebar kuesioner dimana bersumber dari populasi atau konsumen stand pameran di Dieng Computer Square dengan mengambil sampel menggunakan rumus Maholtra dan dilakukan pengujian yaitu analisis regresi linear berganda dan uji validitas, reliabilitas dan hasil pengujian diambil sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan Teknik statistik parametik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: secara simultan 4 variabel dari tataletak pameran dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan uji secara parsial menunjukkan bahwa 1. *Selling space* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 2. *Customer space* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 3. *Tangibless* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 4. Diikuti variabel *Responsiveness* yang juga berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian.